

PERSEPSI MASYARAKAT SIDOARJO TERHADAP BERITA COVER STORY

“MENCERMATI EMPAT TAHUN PENERAPAN PARKIR

BERLANGGANAN di SIDOARJO”

(Studi Deskriptif Kualitatif Persepsi Masyarakat Sidoarjo Terhadap Berita
Cover Story "Mencermati Empat Tahun Penerapan Parkir Berlangganan" di
Surat Kabar Jawa Pos)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur



Oleh :

RIYANTISA AJENG P

0843010042

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2013

PERSEPSI MASYARAKAT SIDOARJO TERHADAP BERITA COVER
STORY “MENCERMATI EMPAT TAHUN PENERAPAN PARKIR
BERLANGGANAN di SIDOARJO”
(Study Deskriptif Kualitatif Persepsi Masyarakat Sidoarjo Terhadap Berita
Cover Story “Mencermati Empat Tahun Penerapan Parkir Berlangganan di
Sidoarjo” di Surat Kabar Jawa Pos)

Disusun Oleh :

RIYANTISA AJENG P
0843010042

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji
Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 20 Juni 2013

Menyetujui,

Pembimbing:

Tim Penguji :

1. Ketua

Drs. Kusnarto, M.Si
NIP. 195808011984021001

Juwito, S.Sos, M.Si
NPT. 367049500361

2. Sekretaris

Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si
NPT. 370069400351

3. Anggota

Drs. Kusnarto, M.Si
NIP. 195808011984021001

Mengetahui,
WS.Dekan

Dra. Sumardijijati, M.Si
NIP. 19020323 1999309 2001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya kepada penulis sehingga skripsi dengan judul “PERSEPSI MASYARAKAT SIDOARJO TERHADAP BERITA COVER STORY “MENCERMATI EMPAT TAHUN PENERAPAN PARKIR BERLANGGANAN di SIDOARJO dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Drs. Kusnarto, M.Si selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi kepada penulis. Selain itu penulis juga menerima bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa moril, spiritual maupun materiil. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Juwito, S.Sos, M.Si Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Saifuddin Zuhri. Msi Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, terima kasih untuk segala ilmunya.
5. Kedua Orang Tua yang tidak berhenti memberikan dukungan serta doanya selama ini.
6. To all my great and best friends yang selalu mendengarkan segala keluh kesah tentang skripsi, terima kasih doanya.
7. To all my big family yang turut mendoakan dan mendukung diberbagai hal.

Penulis menyadari bahwa di dalam skripsi ini akan ditemukan banyak kekurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya dengan segala keterbatasan yang penulis miliki semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak umumnya dan penulis pada khususnya.

Surabaya, 11 Mei 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
ABSTRAKSI.....	viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Komunikasi.....	6
2.1.1.1 Unsur-Unsur Komunikasi	8
2.1.2 Komunikasi Intrapersonal	8
2.1.3 Pengertian Persepsi	9
2.1.3.1 Jenis Persepsi.....	12
2.1.3.2 Komponen Persepsi	14
2.1.3.3 Karakteristik Persepsi.....	16
2.1.3.4 Hal Yang Mempengaruhi Persepsi	17
2.1.3.5 Proses Terjadinya Persepsi.....	20
2.1.4 Pengertian Masyarakat	23
2.1.4.1 Unsur-Unsur Masyarakat	24
2.1.4.2 Kriteria Masyarakat	26
2.1.5 Pengertian Media Massa.....	27

2.1.5.1	Karakteristik Media Massa.....	28
2.1.5.2	Fungsi Media Massa	29
2.1.5.3	Surat Kabar (Koran) sebagai Salah Satu Media Massa.....	30
2.1.5.4	Ciri-ciri dan Sifat Surat Kabar.....	32
2.1.5.5	Fungsi Surat Kabar	33
2.1.6	Definisi Berita	35
2.1.6.1	Jenis Berita	37
2.1.6.2	Nilai Berita	39
2.2	Kerangka Berpikir	41

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Definisi Operasional Konsep	44
3.2	Definisi Operasional.....	47
3.2.1	Persepsi.....	47
3.2.2	Berita	48
3.2.3	Masyarakat.....	49
3.2.4	Cover story “Mencermati Empat Tahun Penerapan Parkir Berlangganan di Sidoarjo”.....	49
3.3	Informan Penelitian	52
3.4	Unit Analisis	52
3.5	Teknik Pengumpulan Data	53
3.6	Teknik Analisis Data.....	54

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Objek penelitian.....	56
4.1.1	Gambaran Umum Sidoarjo	56
4.1.2	Sejarah Jawa Pos	59
4.2	Identitas Informan.....	61
4.3	Analisis Data	63

4.3.1 Persepsi Informan Mengenai Berita cover story Mencermati Empat Tahun Penerapan Parkir Berlangganan di Sidoarjo	63
4.4 Pembahasan	75
BAB V KESIMPULAN dan SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN I.....	84
LAMPIRAN II	85
LAMPIRAN III	86
LAMPIRAN IV	87
LAMPIRAN V	88
LAMPIRAN VI.....	89

ABSTRAK

RIYANTISA AJENG P, PERSEPSI MASYARAKAT SIDOARJO TERHADAP BERITA COVER STORY "MENCERMATI EMPAT TAHUN PENERAPAN PARKIR BERLANGGANAN DI SIDOARJO" (Studi Deskriptif Kualitatif Persepsi Masyarakat Sidoarjo Terhadap Berita Cover Story "Mencermati Empat Tahun Penerapan Parkir Berlangganan" di Surat Kabar Jawa Pos).

Penelitian ini, berdasarkan pemberitaan yang terdapat pada Surat Kabar Jawa Pos mengenai Penerapan Empat Tahun Parkir Berlangganan di Sidoarjo, yang menunjukkan adanya kontroversi masyarakat. Berita itu, mengulas tentang adanya pemungutan ongkos jasa parkir oleh juru parkir tidak resmi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui persepsi masyarakat, setelah menerima pesan atau informasi yang terkandung dalam berita cover story tersebut.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi intrapersonal. Komunikasi Intrapersonal adalah komunikasi secara langsung atau face to face pada waktu dan tempat yang sama. Unsur dari komunikasi interpersonal yakni sensasi, persepsi, memori dan berpikir. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan permasalahan dengan mendalam-dalamnya.

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah tiga informan dari lima informan mempersepsikan tidak setuju, serta persepsi setuju dari dua informan terhadap pemberitaan cover story Mencermati Empat tahun Penerapan Parkir Berlangganan di Sidoarjo. Kata Kunci: Persepsi, Pesan, Berita.

ABSTRACT

RIYANTISA Maya P, SIDOARJO PUBLIC PERCEPTIONS OF NEWS COVER STORY "Observing FOUR YEAR SUBSCRIPTION APPLICATION OF PARKING IN SIDOARJO" (Qualitative Descriptive Study of Public Perceptions Toward Sidoarjo News Cover Story "Observing the Parking Implementation of Four-Year Subscription" in Newspapers Jawa Pos).

This study, based on the news contained in the Jawa Pos Newspaper on the Application of Four Year Subscription parking in Sidoarjo, which indicates the existence of public controversy. The news, review about the services of collecting parking fees by parking attendants are not authorized. The purpose of this study to determine the public perception, after receiving the message or any information contained in the news cover story.

The theory used in this study is intrapersonal communication theory. Intrapersonal communication is direct communication or face to face at the same time and place. Elements of interpersonal communication that sensation, perception, memory and thinking. The method used in the study is a qualitative method that aims to explain the problems with the heartiest.

Conclusion The results of this study are three of the five informants perceive informants did not agree, and the perception of two informants agreed to cover the news story Four years Observing the Parking Implementation Subscribe in Sidoarjo. Keywords: Perception, Messages, News.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam masyarakat yang semakin maju dan berkembang, informasi menjadi sangat penting. Setiap orang, badan dan organisasi berhak untuk memperoleh informasi untuk dapat berkembang dan berinteraksi dengan lingkungannya. Informasi sangatlah berharga bagi manusia karena informasi adalah salah satu kebutuhan bagi manusia untuk bisa mengetahui, memahami dan mengerti hal-hal yang ada dan terjadi disekitarnya. Dan masyarakat akan memasuki suatu peradaban informasi, maka peranan dan posisi informasi menjadi sangat penting.

Setiap orang, badan, lembaga, organisasi kemasyarakatan mempunyai hak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya. Informasi dan komunikasi tersebut menjadi tanggung jawab bersama pemerintah, pers, lembaga-lembaga informasi dan masyarakat. Untuk itu perlu dibangun dan dikembangkan jaringan informasi guna tersalurnya kebebasan dalam rangka memperoleh informasi.

Komunikasi adalah pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dan menimbulkan efek. Pesan yang disampaikan salah satunya melalui perantara media massa. Media massa adalah kependekan dari media komunikasi massa. Media massa yang dimaksud dalam hal ini meliputi cetak dan elektronik.

Salah satu media cetak yang menyajikan informasi secara actual adalah surat kabar. Isi surat kabar senantiasa apa yang benar terjadi dalam masyarakat sebagai peristiwa fisik yang menempati ruang dan waktu maupun sebagai kejadian abstrak yang mengambil tempat didalam otak dan hati masyarakat (Liliweri, 1991:27). Media massa cetak seperti surat kabar, pesannya dapat dibaca kapan dan dimana saja serta dapat diulang-ulang. Dengan demikian media cetak memiliki sifat menguasai waktu (Panuju, 2002:52).

Seperti pemberitaan pada cover story metropolis Surat Kabar Jawa Pos edisi 24 Februari 2013. Surat kabar yang terbit pada hari Minggu tersebut memberitakan tentang Mencermati Empat Tahun Penerapan Parkir Berlangganan di Sidoarjo. Berita program parkir berlangganan adalah sebuah pesan atau informasi penting yang diberikan Jawa Pos untuk masyarakat Sidoarjo, melalui media surat kabar itu sendiri. Pada pemberitaan itu ada pesan yang ingin disampaikan oleh Jawa Pos tentang program parkir berlangganan yang telah berjalan selama empat tahun, namun Jawa Pos menemukan permasalahan, yaitu terjadinya pro dan kontra, antara Dishub dengan masyarakat Sidoarjo terkait pungutan biaya parkir yang masih diberlakukan oleh juru parkir kepada masyarakat yang telah mengikuti program parkir berlangganan, atau di tempat parkir bertanda khusus parkir berlangganan.

Parkir berlangganan adalah penggunaan pelayanan parkir baik di tepi jalan umum maupun di tempat khusus parkir yang pembayarannya secara berlangganan. Pembayaran retribusi parkir berlangganan dilakukan setiap setahun sekali pada bersamaan dengan pembayaran pajak kendaraan bermotor di

SAMSAT Sidoarjo. Besaran biaya yang dibayarkan berbeda-beda tergantung pada jenis kendaraan bermotor. Sebagai bukti, pemilik kendaraan akan diberikan stiker resmi parkir berlangganan untuk ditempelkan pada kendaraan.

Dalam membaca sebuah media seperti surat kabar, seorang individu berhak memilih bagian, rubrik atau berita mana yang akan dibaca oleh pembaca. Hal ini dikarenakan individu memiliki kebutuhan berbeda, seperti kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrative social maupun integrative personal. Dan dapat menimbulkan persepsi tertentu setelah membacanya.

Pada penelitian ini, persepsi masyarakat merupakan bentuk respon dari pesan yang dapat menimbulkan pro dan kontra. Yaitu persepsi terhadap pemberitaan parkir berlangganan di surat kabar Jawa Pos. Program yang telah diberlakukan sejak 2009 ini menurut Pemkab Sidoarjo dapat mendongkrak pendapatan asli daerah (PAD), maka dari itu program ini masih dipertahankan hingga saat sekarang. Akan tetapi pada kenyataannya, hal itu tidak diimbangi dengan perbaikan pelayanan sarana dan prasarana parkir berlangganan, otomatis hal tersebut mengundang kontroversi di tengah masyarakat serta dapat menimbulkan persepsi dari pesan pada pemberitaan tersebut. Oleh karena itu, bagaimana nantinya persepsi masyarakat akan terbentuk setelah membaca pemberitaan di Jawa Pos, karena persepsi sendiri merupakan rangkaian proses yang dilakukan seseorang guna memperoleh gambaran mengenai sesuatu melalui pemilihan, pengolahan, hingga pengertian informasi mengenai sesuatu yang

diinginkannya tersebut. Persepsi tersebut nantinya akan mempengaruhi tindakan seseorang terhadap hal yang dipersepsikannya itu.

Persepsi menurut Deddy Mulyana (2001:167) adalah proses internal individu yang memungkinkan individu untuk memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan sekitarnya, dan proses tersebut dapat mempengaruhi perilaku individu tersebut. Persepsi merupakan inti komunikasi karena jika persepsinya tidak akurat maka tidak mungkin kita berkomunikasi dengan efektif. Persepsi jugalah yang menentukan individu memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain.

Persepsi merupakan suatu proses dimana individu mengorganisasikan dan menginterpretasi kesan sensorik mereka untuk memberi arti pada lingkungan mereka. Riset tentang persepsi secara konsisten menunjukkan bahwa individu yang berbeda dapat melihat hal yang sama tetapi memahaminya berbeda (Robbins, 2002: 46).

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan difokuskan hanya untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat Sidoarjo tentang Cover Story: Mencermati Empat Tahun Penerapan Parkir Berlangganan di Sidoarjo. Sehingga studi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi deskriptif kualitatif untuk menggambarkan persepsi masyarakat Sidoarjo terhadap pemberitaan parkir berlangganan yang diterbitkan oleh Jawa Pos dengan proses penerimaan (pemahaman) dan proses sosialisasi yang berbeda pada masing-masing individu tersebut.

Penelitian ini dilakukan di wilayah Sidoarjo karena lokasi dari pemberitaan tersebut berada di kota tersebut, begitu pula dengan sasaran utama informan yang juga penduduk bertempat tinggal di Sidoarjo.. Menurut Graeme Burton, saat ini berita dapat dengan mudah dan secara bebas diakses dimanapun dan kapanpun oleh pembacanya. Sehingga siapapun yang telah membaca berita tersebut dapat dijadikan informan dalam penelitian ini.

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah: Bagaimana Persepsi Masyarakat Sidoarjo terhadap berita pada Cover Story Metropolis Jawa Pos “Mencermati Empat Tahun Penerapan Parkir Berlangganan di Sidoarjo”?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana persepsi masyarakat Sidoarjo terhadap pemberitaan cover story Jawa Pos: Mencermati Empat Tahun Penerapan Parkir Berlangganan di Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoritis

Dapat memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan tentang penelitian mengenai persepsi yang berbeda pada tiap individu.

b. Manfaat praktis

Dapat memberikan tambahan wawasan bagi peneliti tentang bagaimana persepsi masyarakat Sidoarjo terhadap pemberitaan pada cover story Jawa Pos: Mencermati Empat Tahun Penerapan Parkir Berlangganan di Sidoarjo.